

## Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2008-282

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Valtio-opin laitos
Tekijä-Författare-Author Ilmonen, Tuula		
Työn nimi-Arbetets titel-Title Onko hymy herkässä? : Vuoden 2007 eduskuntavaaliehdokkaiden kotisivut		
Oppiaine-Läroämne-Subject Valtio-oppi		
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu	Aika-Datum-Month and year 2008-04-14	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 77 s.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkielma käsittelee vuoden 2007 kansanedustajaehdokkaiden vaalisivuja. Työssä on tarkasteltu 343:a ehdokasta ja heistä 80,8 prosentilla oli vaalisivut. Tutkimus on luonteeltaan kvantitatiivinen. Työssä on tavoitteena tarkastella sitä, eroavatko nais- ja miesehdokkaiden nonverbaaliset (sanattomat) viestit toisistaan heidän verkkosivuillaan, ja jos eroavat, niin kuinka. Tarkasteltavat nonverbaaliset viestit liittyvät havaintoihin muun muassa ehdokkaan pukeutumisesta ja kasvonilmeistä. Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan sitä, ovatko ehdokkaat laittaneet kotisivuilleen kuvia muista henkilöistä ja minkälaisista tilanteista ehdokkailla on kuvia sivuillaan.</p> <p>Naiset ovat aina olleet aliedustettuina lainsäädäntöelimissä niin Suomessa kuin Yhdysvalloissa. Mutta kun Suomessa naiset ovat edustaneet laajaa ja vaikuttavaa vähemmistöä saavutettuaan poliittiset oikeudet vuonna 1907, niin Yhdysvalloissa naisten osuus on ollut &amp;#8722; etenkin 1990-luvulle asti vain marginaalista. Yhdysvalloissa naisille myönnettiin äänioikeus vasta vuonna 1920. Huomioin tutkimuksessa naisiin ja miehiin liitetyt stereotypiat, jotka saattavat vaikuttaa ehdokkaiden rooleihin poliittisella areenalla.</p> <p>Tutkimustuloksia tarkastellaan vertailemalla Yhdysvalloissa vuosina 2000 ja 2002 tehtyyn vastaavanlaiseen tutkimukseen. Samalla pohditaan kulttuurin vaikutusta siihen, kuinka ehdokkaat esittävät itseään vaalisivuillaan. Teoreettisena viitekehyksenä käytän Goffmanin itsensä esittämisen strategiaa sekä siitä myöhemmin kehitettyä verkkotyylin käsitettä.</p> <p>Vaalikampanjoissa ehdokkaat ovat riippuvaisia sekä ilmaisesta että maksetusta julkisuudesta. Maksullisen julkisuuden hyöty on epäilemättä siinä, että ehdokkaat voivat niissä täysin kontrolloida julkisuuskuvaansa. Internetsivuilla ehdokkaalle tarjoutuu sama etu.</p> <p>Tulosten perusteella kävi ilmi, että sekä nais- ja miesehdokkaat että suomalaiset ja yhdysvaltalaiset ehdokkaat erosivat toisistaan sen suhteen, minkälaisen mielikuvan he pyrkivät verkkosivuilla itsestään luomaan. Kun Suomessa naisehdokkaat loivat miesehdokkaita monella tapaa epämuodollisemman mielikuvan itsestään, niin Yhdysvalloissa suuntaus oli päinvastainen. Yhdysvalloissa naisehdokkaat pyrkivät luomaan miehiä muodollisemman mielikuvan itsestään. Yhdysvalloissa ehdokkaat pukeutuivat kauttaaltaan suomalaisia kansanedustajaehdokkaita muodollisemmin. Toisaalta yhdysvaltalaisten ehdokkaiden sivuilla oli useammin kuvia perheestä tai lapsista, joilla voidaan yrittää luoda pehmeämpää mielikuvaa itsestä ja näin ollen yrittää vaikuttaa äänestäjiin.</p>		
Avainsanat-Nyckelord-Keywords eduskuntavaalit ehdokkaat sanaton viestintä mielikuvat WWW-sivut WWW-sivustot vaalit		
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited		
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information		